

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告之內容概不負責，對其準確性或完備性亦無發表聲明，並表明不會就本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。

本公告僅供參考，並不構成收購、購買或認購本公司任何證券的邀請或要約。

HUAYU EXPRESSWAY GROUP LIMITED

華昱高速集團有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1823)

建議收購目標公司100%已發行股份的補充公告

茲提述本公司日期為二零二六年五月三十一日有關建議收購目標公司100%已發行股份的自願公告（「該公告」）。除另有界定外，本補充公告所用詞彙具有該公告所界定的相同涵義。

董事會謹此就本集團的高速公路經營業務及酒類貿易業務提供以下補充資料：

1. 高速公路經營業務

由於清平高速公路將於二零二六年移交予中國政府，屆時本集團將不再於收費公路行業擁有任何業務，惟本集團將繼續探索涉及高速公路業務之建設、運營、管理及維護的潛在項目。

鑑於清平高速公路將於二零二六年移交予中國政府，本集團一直探索及考慮其他涉及中國境內高速公路運營、管理及維護的項目，以確保本集團核心業務的持續發展。例如，本公司一直對山西、安徽、江蘇及湖北等省份的以下11個收費公路項目進行評估：

- 江蘇泗洪至蚌埠高速公路江蘇段，S98全椒至祿口高速公路安徽段，安徽省S68旌德至績溪高速公路及G4223武漢至重慶高速公路武漢段（二期）

本公司已對上述項目進行初步評估及評價。經考慮該等項目的規模、所需投資水平及本集團的財務能力等因素後，本公司將繼續跟進該等項目的狀況（包括招標時間表），並進行進一步評估，以確定是否應參與該等項目；及

- 山西省國道307線汾陽至晉陝界改線，山西國道108線霍州－襄汾段過境改線，山西G5518晉城至潼關高速公路陽城至運城段，山西繁峙至五台高速公路，安徽S04宿遷至遂平高速公路阜陽段及秦皇島至瀋陽高速公路建昌至松嶺門段

本公司已對該等項目進行評估，經考慮投資（如建設成本）過高且超出本公司融資能力、所涉及風險及／或交通流量等因素後，決定不繼續推進該等項目，因其將無法實現投資回報。

2. 酒類貿易業務

我們的酒類貿易業務主要涉及銷售及分銷華茅酒，其為貴州茅台集團生產的名牌酒類產品。我們為貴州茅台集團（即華茅酒生產商）供應的華茅酒的獨家分銷商。

就我們的酒類貿易業務而言，我們透過向客戶（包括我們的次級分銷商（「次級分銷商」）及終端客戶，如授權零售商及菸酒專賣店）銷售華茅酒以產生收入，銷售價格參照我們從貴州茅台集團採購產品的成本（「採購價格」）加上該採購價格之上的固定加價來確定。我們的利潤為銷售價格與銷售成本（包括向貴州茅台集團採購該等產品的成本）之間的差額。

我們與客戶之間並無任何銷售退貨政策。另一方面，我們設有返利政策，當分銷商達到相關年度銷售目標時，以酒類產品的形式向彼等提供返利。

2.1 與貴州茅台集團訂立的獨家分銷安排的主要條款

我們透過附屬公司華昱健康酒業（深圳）有限公司，與貴州茅台集團就本集團在中國內地分銷華茅酒訂立日期為二零二五年一月二十三日的一年期分銷協議（「該協議」）。

該協議的主要條款如下：

- **獨家分銷**—我們獲委任為在中國內地分銷及銷售華茅酒的獨家分銷商。
- **協議期限**—該協議為期12個月，可每年續期，惟須經訂約方協商。

- **年度採購量**—於該協議期限內，我們須於該協議期限內的十二月十日或之前向貴州茅台集團採購300噸（或637,200瓶500毫升裝）華茅酒。訂約方進一步協定，貴州茅台集團有權根據其生產計劃等因素，調整將予供應的華茅酒的類別／數量以及我們獲允許分銷及銷售華茅酒的地區。
- **產品交付**—貴州茅台集團將直接向我們交付酒類產品，我們將分銷及銷售予我們的客戶（包括我們的分銷商）。運輸成本將由貴州茅台集團承擔，除非產品延遲交付是由我們造成，在此情況下，我們將承擔貴州茅台集團產生的運輸及倉庫成本等費用。

我們將與分銷商及其他客戶訂立合約，該等客戶將向我們下達採購訂單，並就我們供應的產品直接向我們付款。在確認採購訂單後，我們將交付彼等所訂購的產品。我們的客戶一般將承擔我們向彼等交付產品的運輸費用。

- **分銷商及銷售渠道的合規性**—我們的客戶（包括分銷商）不得在與我們合約訂明的地區以外分銷或銷售華茅酒，並應根據與彼等協定的合約條款對產品定價。倘我們的客戶違反我們與彼等協議的條款，我們有權透過沒收彼等向我們支付的任何按金、取消該等客戶原本有權獲得的任何年度返利或終止其作為本集團分銷商的資格，以回購我們向其銷售的產品。

該協議已於二零二五年十二月三十一日屆滿。鑑於考慮到市場需求疲弱，整體酒類行業目前正處於調整期，且我們的華茅酒庫存水平仍然相對較高，我們並無就二零二六年與貴州茅台集團訂立新的分銷協議。儘管如此，根據我們與貴州茅台集團的討論，我們了解到貴州茅台集團將於二零二六年繼續授予我們在中國內地分銷華茅酒的獨家權利。訂約方將進一步評估會否於二零二六年訂立總分銷合約，當中會考慮本集團於二零二六年的華茅酒實際銷售情況。

2.2 本集團酒類業務收入及利潤下跌的原因

於二零二五財政年度，本集團來自酒類產品業務分部的收入顯著減少，導致錄得虧損及庫存水平較高。與此同時，本集團須繼續承擔物流、倉儲、市場推廣及促銷、人員、渠道維護及行政管理等若干成本。此乃該業務分部於二零二五財政年度錄得經調整EBITDA虧損的原因。以上主要可歸因於以下因素：

- **宏觀經濟環境疲弱及消費需求減少**

中國整體宏觀經濟環境仍然充滿挑戰，普遍導致消費者購買力減弱。鑑於以上情況，消費者的購買行為變得更加理性。此尤其影響中高端及醬香型酒類產品的消費，並因此影響高端及醬香型酒類產品的溢價定價。

- **核心消費場景減少**

更嚴格的監管規定導致中國的商務宴請及任何公共活動中的酒精消費等娛樂活動減少。該等發展對酒類產品的部分傳統核心消費（尤其是宴會及商務活動消費）造成一定影響。此情況加上消費市場萎縮，對年度內酒類貿易業務的增長造成不利影響，尤其是醬香型酒類產品的餐飲消費需求減少，繼而導致下游客戶補充酒類產品庫存的意願進一步降低。

- **行業供需失衡及社會庫存高企**

在行業前一個上升週期，醬香型酒類市場迅速擴張，吸引大量資金及渠道資源，導致行業產能及渠道庫存快速增加。然而，終端需求的增長未能跟上酒類產品產能的擴張水平，導致庫存水平相對較高。渠道庫存積壓降低分銷商及零售商下達額外訂單的意願。

- **市場價格大幅下跌**

在供需失衡、電商平台促銷活動及若干市場參與者降價清庫存的推動下，部分醬香型酒類產品的市場價格下跌。

- **分銷渠道受壓**

分銷商不僅面對高庫存水平，亦面臨價格倒掛（即採購成本高於售價）。該等分銷商下達新採購訂單及付款的意願大幅下降。渠道銷售放緩及收款週期延長直接影響我們的銷售收入及現金流入。同時，傳統團購渠道亦有所萎縮。此外，透過電商平台進行的低價線上銷售對現有定價結構構成壓力，並加劇不同渠道之間的衝突。

2.3 酒類業務的前景

儘管酒類業務分部於二零二五財政年度的銷售狀況充滿挑戰，我們的董事預期，在分銷渠道積壓的庫存得到消化後，酒類貿易業務預期將於短期內改善，理由如下：

- **華茅酒已建立的品牌知名度**

儘管整個二零二五年市場出現調整，我們的董事預期，憑藉華茅酒的既定品牌知名度、華茅酒的成熟營銷網絡及高效分銷渠道以及穩定供應來源，一旦市場超額庫存被完全消化，華茅酒有望反彈。

- **廣泛的分銷及銷售渠道**

通過多年的華茅酒分銷業務，我們已建立了分銷商、授權零售合作夥伴及企業批量採購客戶網絡。這將有助於本集團持續的去庫存工作、持續的客戶關係管理及長遠銷售業績的復甦。

- **採取措施以改善庫存周轉及現金流量**

我們將進一步調整銷售策略，包括採用更靈活的定價框架、擴大線上銷售渠道、與連鎖酒類零售商建立合作關係及增加企業批量銷售，以提升存貨周轉率及提高收款效率。

- **向上游擴展以減低對單一供應商的依賴**

為提高酒類業務的競爭力及可持續性，並解決供應商集中問題，我們已通過在中國貴州省仁懷項目的投資（包括酒廠、釀酒、倉儲及物流、包裝及運營中心），將酒類業務擴展至行業上游。

仁懷項目的建設工程已接近完成，試產已進行，正式投產即將開始。此項投資為我們提供機會，將酒類貿易業務擴展至行業上游。隨著仁懷酒廠按計劃竣工及分階段投產，我們擬發展自有品牌的酒類產品。該等措施將使我們的產品組合多元化，並隨著時間推移逐步減少我們對華茅酒獨家分銷的依賴及對單一供應商的依賴。

- **現有分銷渠道與自有品牌產品之間存在潛在協同效應**

我們擬藉助通過分銷和銷售華茅酒所建立的客戶基礎及分銷網絡，來推廣我們的自有品牌產品－華昱酒，以瞄準批量採購客戶和企業客戶。董事認為，此差異化定位策略將能有效避免與大眾化酒類產品進行任何同質化價格競爭。

因此，儘管董事在持續的行業調整、庫存壓力及短期營運挑戰中保持審慎態度，董事相信，隨著庫存逐步清理、市場價格穩定、仁懷酒廠及運營中心按時投產及我們的自有品牌產品獲得市場接受，我們的酒類貿易業務有望在可預見的未來實現營運改善。

2.4 有關酒類貿易業務的業務計劃

我們擬進一步發展酒類貿易業務，策略重點為醬香型酒類領域，並採用雙軌業務策略，即一方面繼續分銷及銷售華茅酒，另一方面逐步推出我們的自有品牌產品華昱酒。

華茅酒的分銷

就華茅酒的銷售業務而言，我們建議實施以下措施：

- **加強與傳統分銷商的合作**

我們將繼續維持及加強與省級及市級分銷商、授權零售商及菸酒專賣店的合作關係。在適當情況下，將推出更靈活的定價及銷售政策，以促進渠道銷售及加快庫存周轉。

- **優化定價策略**

因應當前的市場狀況，我們將審慎調整批發價格及分銷政策，以提升產品的市場競爭力，重建合作夥伴的信心，並促進庫存清理。

- **擴大線上銷售渠道**

我們計劃加大線上銷售渠道的開發，涵蓋電商平台、直播銷售、社交媒體營銷及網紅推廣，以擴大客戶覆蓋面，並把握日益增長的酒類線上消費趨勢。

- **與連鎖酒類零售商建立合作**

我們將通過批量採購、獨家包銷或專屬銷售安排，探索與國內連鎖酒類營運商的合作機會，以加快庫存清理及改善收款。

- **加強企業批量銷售**

我們將持續擴大批量採購客戶群，包括企業實體、協會、商會、校友會及其他社會組織。該等客戶在商務接待、送禮、會員活動及日常消費場景方面通常維持相對穩定的需求。

自有品牌酒類產品－華昱酒的分銷及銷售

就我們的自有品牌酒類（即華昱酒）而言，我們旨在建立有別於傳統分銷框架的差異化營運模式。主要業務計劃載列如下：

- **目標客戶群**

我們將主要針對批量採購客戶、企業客戶、高淨值人士、醬香型酒類產品愛好者及有窖藏、封壇、定制酒及文化主題酒類產品需求的客戶。

- **銷售模式**

窖藏酒、封壇酒及定制酒將作為核心銷售形式，以每窖、每壇或每批次定制的形式進行銷售，以提高客戶參與度及產品差異化。

- **產品定位**

華昱酒將定位為具有文化內涵、優良品質及沉浸式體驗價值的醬香型酒類產品。我們將更注重產品品質、文化底蘊、客戶參與及品牌體驗，而非與同質化主流產品進行純粹的價格競爭。

- **客戶體驗**

我們擬邀請客戶參與選定工序，包括釀酒、勾調、儲存及品嚐，以增強客戶黏性及品牌忠誠度。

- **酒旅融合及體驗中心**

我們計劃將酒廠從單純的生產設施轉型為集酒文化展示、酒主題旅遊、親身體驗釀造及客戶接待於一體的綜合中心，以支持定制酒、窖藏酒及會員制服務的銷售。

透過以上雙軌策略，我們將尋求通過華茅酒鞏固及擴大我們的傳統銷售渠道，同時以自有品牌產品，即華昱酒開拓利基差異化市場，以為我們的酒類業務分部培育新的收入來源。

2.5 我們在仁懷的酒廠及運營中心

我們的酒廠及運營中心位於貴州省仁懷市茅台鎮，預計將於二零二六年九月或前後全面竣工。現有設施配備58個發酵窖池，新建設施配備336個新建發酵窖池，設計基酒年產能合共約3,000噸。現有設施中的46個發酵窖池自二零二二年起投入運營，其餘12個發酵窖池尚未開始運營。另一方面，新建設施中的84個發酵窖池已開始運營。

鑑於中國酒類行業當前的市場狀況以及我們當前的庫存水平及現金流量狀況，我們已決定暫時放緩運營中心的建設進度。本公司將在考慮市場／行業狀況及本集團的資金狀況和實際業務需求後，於適當時候重新評估運營中心的建設計劃進度。

我們預期，仁懷酒廠及運營中心將主要專注於基酒的生產，並會在適當階段進行自有品牌成品酒的勾調及生產。我們計劃將仁懷酒廠及運營中心2,000噸的產能用於基酒勾調及成品酒生產，其餘1,000噸產能用於倉儲、陳化及未來新產品開發。

我們的成品酒將主要以壇裝、窖藏及定制形式銷售，並輔以線上銷售渠道。

我們的自有品牌酒類將包括以下系列：

- **華昱酒·藏酒師系列**

此系列主要針對會員及其他定制客戶，提供壇裝、窖藏及個性化酒類產品。

- **華昱酒·享酒師系列**

此系列主要針對商務接待消費、私人消費及送禮用途。

- **華昱酒·品酒師系列**

此系列主要針對年輕消費群體及線上客戶。

我們預期仁懷酒廠及運營中心將與本集團分銷的華茅酒產生以下協同效應：

- 我們通過分銷華茅酒已建立分銷商、零售商及批量採購客戶（即企業實體、協會、商會、校友會及其他社會組織）網絡。該等分銷渠道可協助推廣我們的自有品牌華昱酒；
- 我們目前的酒類業務高度依賴華茅酒及貴州茅台集團的供應。隨著華昱酒的推出及仁懷酒廠和運營中心的投產，我們預期將逐步豐富產品組合，並長遠減少對單一供應商及單一分銷產品的依賴；
- 與純分銷業務相比，我們的自有品牌產品將使我們能夠參與酒類價值鏈的更多環節，包括生產、陳化儲存、勾調、品牌建設、包裝、銷售及客戶體驗管理。在產品獲得市場認可及有效控制成本的前提下，此預期將長遠提升我們酒類業務的盈利能力；及

- 我們計劃將華昱酒定位為文化型、體驗式及定制化的醬香型酒類產品，策略重點為窖藏酒、封壇服務、會員計劃及酒旅融合體驗。此策略旨在避免與大眾化酒類產品進行直接價格競爭。

因此，我們預期我們於仁懷的酒廠及運營中心將成為我們酒類業務的上游生產基地，有助於我們逐步從華茅酒的專屬分銷商轉型為兼具分銷能力及自有品牌開發和生產能力的綜合酒類營運商。

鑑於我們有關清平高速公路建設、運營、管理及維護的權利及義務將於二零二六年屆滿，我們預期我們的酒類業務將於二零二六年後成為我們的主要營運業務。

承董事會命
華昱高速集團有限公司
主席
陳陽南

香港，二零二六年七月二十二日

於本公告日期，執行董事為陳陽南先生、符捷頻先生、劉寶華女士及張廷輝先生；以及獨立非執行董事為林漢權先生、朱健宏先生及胡列格先生。